



ANALISIS KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI PRODUK
(Studi Kasus Pada PT. Anugrah Argon Medica Cabang Padang)

SKRIPSI

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S-1

Jurusan Manajemen

Diajukan Oleh:

RENI ANDRIANI
05 954 014

PROGRAM REGULER MANDIRI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2009



No. Alumni Universitas

RENI ANDRIANI

No. Alumni Fakultas

a). Tempat/Tgl Lahir: Bukittinggi/27 Desember 1983 b). Nama Orang Tua: Zulnasri dan Jusmaiar c). Fakultas: Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 06 954 014 f). Tanggal Lulus: 25 Juli 2009 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 2,9 i). Lama Studi: 2 tahun 10 bulan j). Alamat Orang Tua: Jl Asrama Tribata No. 27, Duri Provinsi RIAU

ANALISA KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI PRODUK (STUDI KASUS PT. ANUGRAH ARGON MEDICA CABANG PADANG)

Skripsi S-1 oleh Reni Andriani, Pembimbing : Prof.Dra. Hj. Yusniar Ilyas

ABSTRAK

Tingkat Persaingan yang semakin kompetitif diantara perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, membuat perusahaan harus membuat kebijakan pemasaran yang tepat. Diantara kebijaksanaan-kebijaksanaan yang diambil tersebut diantaranya adalah kebijaksanaan dalam bidang distribusi. Kebijakan distribusi yang optimal tentu akan berdampak pada penjualan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian mengenai Analisis Kebijakan Distribusi Produk (Studi Kasus Pada PT. Anugrah Argon Medica Cabang Padang). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kebijaksanaan distribusi pada PT. AAM Cabang Padang telah berjalan maksimal. Penulis menggunakan data primer dan data sekunder sebagai metode pengumpulan data analisa deskriptif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perusahaan menggunakan saluran distribusi satu tingkat dan dua tingkat. Sedangkan pada Distribusi fisiknya untuk transportasi pada perusahaan masih perlu penambahan supaya tidak terjadi penumpukan barang dan akan lebih meningkatkan pelayanan terhadap ketersediaan produk pada relasi lebih erat. Pada fungsi lembaga penyaluran, fungsi-fungsi seperti promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, transfer kepemilikan berjalan maksimal. Pada PT. AAM cabang padang telah menggunakan sistem oracle jaringan online terpusat sehingga mempermudah kegiatan andistribusi produk dan control terhadap stock lebih mudah.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 25 Juli 2009

Abstrak telah disetujui oleh penguji:

1	2	3
anda Tangan		Pembimbing
nama Terang	Prof. Dra. Hj Yusniar Ilyas	Dra. Melini Malik, MM
		Drs. Djasmi Ilyas

getahui

di Jurusan Manajemen :

DR. Harif Amali Rivai, SE, MM
NIP. 132 164 008

TANDA TANGAN

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
Alumni Fakultas:	Nama	Tanda tangan
Alumni Universitas:	Nama	Tanda tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Tingkat persaingan yang semakin kompetitif di antara perusahaan sekarang ini mengharuskan setiap perusahaan untuk membuat kebijaksanaan-kebijaksanaan pemasaran yang tepat, supaya dapat memenangkan persaingan yang ada. Dan salah satu kebijaksanaan yang diambil tersebut adalah Kebijakan dalam bidang distribusi.

Kebijaksanaan dapat didefinisikan sebagai suatu pernyataan atau pengertian untuk penyaluran pikiran dalam mengambil keputusan terhadap tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan (Basu Swastha, 2002) sedangkan menurut Kotler (2007), Kebijakan distribusi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan, menyebarluaskan, mengirimkan serta menyampaikan barang-barang yang dipasarkan pada konsumen akhir.

Jadi kebijaksanaan distribusi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan aktivitas perusahaan-perusahaan. Setiap perusahaan harus berusaha merancang kebijaksanaan distribusi guna mendukung fungsi-fungsi lainnya dalam kegiatan yang meyangkut produktivitas perusahaan. Karena betapapun baik dan bagusnya suatu produk yang dihasilkan apabila tidak ditunjang dengan saluran distribusi yang baik maka tidak akan membuat produk tersebut dapat bertahan lama dan diterima oleh pasar. Untuk itu setiap produk sebelum diluncurkan, pertama-tama perusahaan harus merancang saluran distribusi yang akan dicapai nantinya. Eksistensi perantara sebagai lembaga yang membantu perpindahan

barang dari produsen ke konsumen mempunyai arti penting terhadap pihak-pihak yang berhubungan dengan saluran tersebut. Lokasi konsumen yang tersebar luas dapat dicapai dengan mudah bila perusahaan menggunakan perantara. Lembaga ini lah yang lebih dikenal dengan distributor.

Distribusi merupakan organisasi yang saling terkait satu sama lain dan terlibat dalam penyaluran produk mulai dari produsen sampai konsumen (Bilson Simanora, 2001). Dan menurut (Irawan dan Basu, 1985), Distribusi mencakup kegiatan perencanaan dan pengendalian serta penyaluran barang jadi dari tempat asal ke tempat pemakaiannya guna memenuhi kebutuhan customer serta memperoleh laba maksimal.

Setiap perusahaan sebelum memasarkan produknya terlebih dahulu memilih saluran distribusi yang akan melancarkan penyaluran produknya. Kelancaran dalam penjualan tidak semata-mata dibebankan dalam hal distribusi tentunya, akan tetapi juga ditunjang faktor lain seperti kualitas produk, kegiatan promosi dan sebagainya. Namun pada hakekatnya distribusi merupakan pemindahan barang dalam jumlah yang tepat pada saat yang tepat, sesuai dengan kontrak atau penjualan yang dibuat. Dalam hal ini, permasalahan saluran distribusi akan sangat penting untuk menghindari atau mengurangi hambatan yang ditemui.

Dalam hal ini PT. Anugrah Argon Medica Cabang Padang merupakan sebuah perusahaan bagian pabrik-pabrik farmasi yang ada di Indonesia. Distributor ini dikenal dengan sebutan Perusahaan Besar Farmasi (PBF), PBF ini bertugas untuk menyalurkan produk-produk tersebut dari produsen sampai ke tangan konsumen melalui perantara yaitu pedagang besar atau pengecer sebagai

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan pada pembahasan bab-bab sebelumnya maka dapat di ambil beberapa kesimpulan dan saran-saran penelitian selanjutnya. Hal ini ditujukan sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dalam menyusun strategi kebijaksanaan perusahaan selanjutnya. Adapun kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

6.1 Kesimpulan

- PT. Anugrah Argon Medica cabang Padang adalah sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam farmasi. PT. Anugrah Argon Medica cabang Padang di kelola oleh orang yang sudah berpengalaman di bidangnya.
- Karena menaungi wilayah pemasaran yang luas, maka dalam kegiatan distribusi perusahaan menggunakan saluran satu dan dua tingkat yang bertujuan agar produk dapat langsung disalurkan
- Dalam kegiatan penyaluran PT. Anugrah Argon Medica cabang Padang menggunakan angkutan kendaraan sendiri. Pengecer terdiri dari Pedagang Besar Farmasi, Rumah sakit, Apotik, dan Toko obat.
- Berdasarkan jumlah perantara yang digunakan dalam saluran pemasaran yang digunakan PT. Anugrah Argon Medica Cabang Padang menggunakan saluran distribusi intensif sehingga kebutuhan konsumen akan produk bisa terpenuhi dengan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, Hani T, "*Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*", Edisi Pertama, Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1999
- Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran*", edisi Milenium, Terjemahan Indra Teguh dan Rony A Rusli, Buku II, Penerbit Prenhallindo, Jakarta, 2002
- Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*", Edisi Revisi, Buku I dan II, Penerbit Prenhallindo, Jakarta, 1997
- Kotler, Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*", Terjemahan Inam Nurmawan, S.E, Buku I, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1997
- Nazir, Moh. Ph.D, "*Metode Penelitian*", Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003
- Robbins, Stephen, "*Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, Aplikasi*", Edisi Bahasa Indonesia, Jilid II, Penerbit Prenhallindo, Jakarta, 1996
- Swastha, Basu, "*Pengantar Ekonomi perusahaan Modern*", Liberty, Yogyakarta, 1997
- Swastha, Basu, DH dan Ibnu Sukodjo W, "*Pengantar Bisnis Modern*", Liberty, Yogyakarta, 1999
- Swastha, Basu, DH dan Ibnu Sukodjo W, "*Pengantar Bisnis Modern*", Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 2002
- Swastha, Basu, Drs, MBA, Irawan, Drs, "*Manajemen Pemasaran Modern*" Liberty, Yogyakarta, 1985
- Sekaran, Uma, "*Metode Penelitian Untuk Bisnis*", Penerjemah Kwan Men Yon, Salemba Empat, Jakarta, 2006